

Використана література:

1. Дудник М.О., Коваль М.М. та ін. Виноградарство. К.: Урожай, 1999. 288 с.
2. Попова М. М. Сучасний стан виноградарства і виноробства України та роль її окремих регіонів у розвитку галузі.
3. Виноградний кадастр України. URL: <http://eurowine.com.ua/tmp/kadastr/index.php>. АгроЮг URL: <http://agro-yug.com.ua/archives/3461>.
4. Кучеренко В. Актуальні проблеми виноградно-виноробної галузі: шляхи вирішення URL: wine-forum.com.ua
5. Актуальні проблеми управління виноградно-виноробним комплексом: монографія. І.М. Бабич, Д.І. Басюк, М.В. Білько та ін.; за заг. ред. Шияна П.Л., Басюк Д.І. Кам'янець-Подільський: ПП Д.Г. Зволейко, 2014. 252 с.

РИНКОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ НІШЕВОЇ КУЛЬТУРИ – ЖУРАВЛИНИ

Гребельна Г. В.

студентка 2 курсу спеціальності «Маркетинг»

Таврійський державний агротехнологічний університет

Ягідні культури здавна відігравали важливу роль в українській кулінарії та лікарській справі. Зараз високий попит на сушені та свіжі ягоди зумовлений популяризацією здорового способу життя. Наразі проблемою в маркетингу ягід є низький розвиток переробної галузі. Також є помітне переважаання експорту замороженої ягоди, над свіжою. Подолання цієї проблеми вимагає фінансування, а також імпортування або розробки вітчизняних нових технологій та обладнання. Крім того важлива мотивація вітчизняних фермерів та стимулювання розвитку їх господарства.

Метою роботи є обґрунтування використання різних маркетингових інструментів при збуті ягід як нішевої культури. Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти маркетингу ягід на нішевому ринку. Об'єктом дослідження є процес формування інноваційного ринку ягід в Україні. Для досягнення поставленої мети були сформовані наступні завдання: проаналізувати умови виробництва ягід журавлини за останні 7 років, встановити тенденцію виробництва журавлини на ринку України, встановити особливості використання журавлини у різних галузях народного господарства. У роботі використано економіко-статистичний метод вирівнювання рядів динаміки з метою обґрунтування тенденції розвитку ринку ягід. За допомогою методу структурного аналізу проведено дослідження співвідношення експорту та імпорту продукції.

Проблемою нішевого маркетингу займалися Данилович Т. Б.[9], Бачало І.Б. [2], Коноваленко А.С. [1], Коваленко О.В. [3], Куліш Т.В. [4], Легеза Д.Г. [1], Орленко О.В. [8], Чухрай Н. І. [9], Більшість робіт присвячена інноваційним товарам у продовольчій галузі. Питання розвитку ринку ягід та

їх використання у різних галузях піднімались у роботах Савенко Г.Є. [7], Сало І.А. [8] та Мірзоевої Т. В. [5]

У сфері інноваційного розвитку фірм харчової промисловості науковець Коваленко О.В. вважає ефективним підхід спрямування виробничо-збутової діяльності на постійний пошук та опанування нових ніш ринку. Такий підхід, на думку автора, є вигідним як для великих, так і для малих та середніх підприємств [3]. Дослідник Бачало І.Б. пропонує впровадження продукції на новий ринок із використанням його авторського фреймворку, що повинно істотно знизити ризики грошових втрат та надати конкурентні переваги підприємству в оцінюванні доречності впровадження нової продукції на ринок. Автор підкреслює, що особливо актуальним такий підхід буде для стартапів, яким важливо робити аналіз успішності нової продукції на перспективу за мінімальних витрат [2]. Наталія Чухрай у своїй праці «Формування споживчої корисності інновації» акцентує увагу на важливості з'ясування споживчої корисності нового товару, яка є складовою його споживчої цінності та обумовлює додаткові затрати, проте і додаткові вигоди для споживача. Наразі, автор вважає, що визначення споживчої корисності нової продукції є одним з головних напрямків інноваційної діяльності фірм [9].

В своєму дослідженні перспектив розвитку ягідного ринку України науковець Сало І.А. пропонує шлях повноцінного задоволення споживача продукцією. Автор стверджує, що це повинно виражатися у регулярному постачанні норми споживання на внутрішньому ринку у розмірі 4 кілограмів на 1 особу в рік та розвитку експорту [8]. Дослідник Савенко Г.Є., що розглядає розвиток ринку ягід в умовах євроінтеграції, пропонує методи підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції за допомогою введення виробничими аграрними товариствами добровільних галузевих стандартів, що будуть містити підвищені вимоги до якості ягідної продукції. Також він підкреслює важливість підвищення якості ягідної продукції та продуктивність обробки сировини з метою продовольчої безпеки країни та самозабезпечення продукцією [7]. Науковець Мірзоева Т.В. у своєму дослідженні дійшла висновку, що розвиток ринку лікарських рослин, до переліку яких входять ягоди, зокрема журавлина, має високий рівень рентабельності, а отже є економічно перспективним. Досягнення ж високих показників рентабельності зумовлюється проведенням комплексного розвитку виробництва, включаючи вирощування, обробку, виготовлення ліків, просування та реалізації [5].

Динаміка результатів виробництва ягід журавлини відображена у таблиці 1.

Проаналізовано, що обсяги виробництва за досліджені роки змінювалися від 300 до 800 тон. Найбільший обсяг (800 тон) було вироблено у 2013 році. Порівняно із 2011 роком, обсяг виробництва журавлини зріс на 172 тони. Максимальний темп приросту спостерігається у 2016 році та складає 1 %. Мінімальний темп приросту маємо в 2013 році, він становить (-20%). Зібрані площі культури журавлини у 2017 році, порівняно із 2011 зменшились на

88 гектарів. З 2011 року по 2013(включно) спостерігається тенденція зменшення обсягу площ. З 2013 по 2016 змін не спостерігається. З 2016 спостерігається невелике збільшення обсягу площ, такі ж обсяги залишаються і в 2017 році. Максимальна урожайність була отримана у 2013 та склала 40 ц/га, мінімальна урожайність отримана у 2011 році у розмірі 10 ц/га. У 2012 році урожайність склала 28 ц/га, у 2014 – 20 ц/га, у 2015 – 15 ц/га, у 2016 – 15,6 ц/га, а у 2017 – 23,4 ц/га. Тенденція зміни обсягів виробництва ягід журавлини наведена на рисунку 1.

Таблиця 1

Динаміка виробництва ягід журавлини в Україні, 2011-2017 рр.

Показник	Рік						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Зібрана площа, га	300	250	200	200	200	202	202
Обсяги виробництва, т	300	700	800	400	300	316	472
Урожайність, ц/га	10,0	28,0	40,0	20,0	15,0	15,6	23,4
Темп росту обсягів виробництва, %	x	83,33	80	100	100	101	100
Темп приросту обсягів виробництва, %	x	16,67	-20	0	0	1	0

Джерело: розраховано автором за даними <http://www.fao.org/faostat/en/#data>

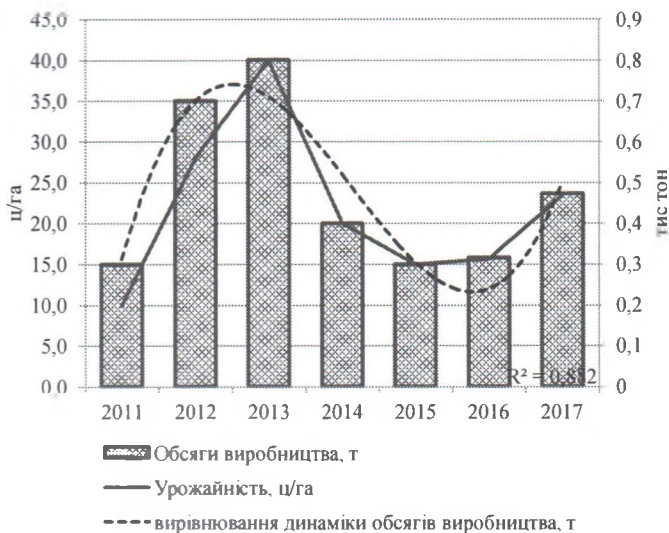


Рис. 1. Виробництво ягід журавлини в Україні, 2011-2017 рр.
Джерело: розраховано автором за даними <http://www.fao.org/faostat/en/#data>

Встановлено, що зміни в урожайності та обсягах виробництва є нерівномірними. Спад урожайності спостерігаємо у 2014 році, а у 2015 відбувається падіння рівня урожайності.

Результати зовнішньої торгівлі ягодами журавлини зображені на рисунку 2.

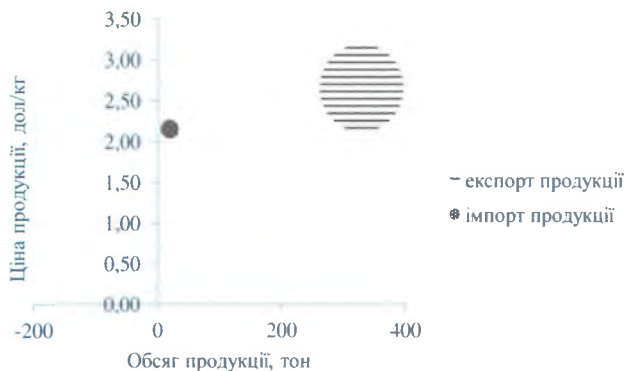


Рис. 2. Зовнішня торгівля ягодами журавлини в 2016 р.

Джерело: розраховано автором за даними <http://www.fao.org/faostat/en/#data>

Виявлено, що ягоди журавлини продають на експорт за ціною 2,66 дол/кг, а на імпорт за ціною 2,16 дол/кг. При цьому об'єм імпорту сягає 19 тон, а об'єм експорту 328 тон. Можна зробити висновок, що торгівельний баланс між обсягом імпорту та експорту має додатне сальдо, адже продукція експортується у великих обсягах та за вищою ціною. Обсяг імпорту є значно меншим, а ціна трохи нижчою. Це вказує, що на міжнародному ринку є попит на вітчизняну журавлину.

Журавлину використовують як харчовий продукт: продають у вигляді ягід (свіжих, сушених, або морожених), використовують як компонент напоїв, кондитерських виробів, соусів. Також екстракт журавлини використовують як компонент в косметології (маски, шампуні, мило) та парфумерії. Рекламують журавлину переважно як компонент для кондитерських або хлібо-булочних виробів, а також як солодоші (журавлина в цукровій пудрі). Дизайн реклами переважно в ретро стилі. Орієнтується на дітей та жінок-господарок.

Журавлина має лікувальні властивості (ефективна при високій температурі, інфекції сечового міхура, як антибіотик та засіб, протидіючий шлунковим виразкам), містить багато вітамінів. У зв'язку із популярністю в Україні народної медицини, пропонуємо просувати свіжу журавлину як продукт із лікувальними властивостями.

З метою підкреслити натуральність товару пропонуємо продавати його у широких скляних банках циліндричної форми, устланих сухим мохом та закритих дерев'яними пробками. Таке пакування буде створювати у покупця

образ природної середи, де росте ягода журавлини, а саме сфагнового хвойного лісу.

Використана література:

1. Dunn J., Brunner T., Legeza D., Konovalenko A., Demchuk O.. Factors of the marketing macro system effecting children's food production. *Економічний часопис XXI*. 2018. № 170 (3-4). С. 49–56.
2. Бачало І. Б. Методологічні підходи до аналізу виводу товарів та послуг на нові ринки. *Науковий вісник УжНУ*. Ужгород, 2017. С. 16–21.
3. Коваленко О. В. Ефективність впровадження інноваційної продукції на нішевих продовольчих ринках. *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. № 8. С. 26–29.
4. Куліш Т. В. Практичні аспекти маркетингових досліджень інноваційної діяльності підприємств. Київ: ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», 2015. С. 257–262.
5. Мірзоева Т. В. Особливості вітчизняного ринку лікарських рослин в умовах сьогодення. *Інноваційна економіка*. 2013. № 6. С. 209–212.
6. Орленко О. В. Нішеві культури: нові можливості АПК України. О. В. Орленко. Львів. Леф, 2013. Ч. 2. С. 53–56.
7. Савенко Г. Є. Розвиток ринку продукції ягідних культур України в умовах євроінтеграції. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. – 2017. – № 23. – С. 132–135.
8. Сало І. А. Перспективні параметри розвитку ринку ягід в Україні *Агроінком*. 2008. № 7. С. 9–12.
9. Чухрай Н. І. Особливості маркетингу продуктових інновацій / Н. І. Чухрай, Т. Б. Данилович // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2007. – № 605 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 162–168.

СУЧАСНИЙ СТАН ВИРОБНИЦТВА ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СМОРОДИНИ В УКРАЇНІ

Дударєва А. В.

студентка 2 курсу спеціальності «Маркетинг»

Таврійський державний агротехнологічний університет

Виготовлення українських страв потребує використання різноманітних ягід. Сьогодні смородина знайшла досить широке застосування у приготуванні гарячих страв, холодних закусок, маринадів і десертів. Смородина – використовується не тільки в домашній, але і в професійній косметології. вона є джерелом вітамінів та інших цінних біологічно активних речовин. Ці речовини благотворно впливають на стан шкіри і волосся. Однак, неналагоджений ринок збуту, відсутність запитів супермаркетів, недосконалі